Treinta puntos para cuestionar el orden hegemónico en la ciudad de Buenos Aires

> *"Vivimos en un mundo gobernado por ficciones de toda índole: la producción en masa, la publicidad, la política conducida como una rama de la publicidad, la traducción instantánea de la ciencia y la tecnología en imaginería popular, la confusión y confrontación de identidades en el dominio de los bienes de consumo, la anulación anticipada, en la pantalla de TV, de toda reacción personal a alguna experiencia."*
>
> *J.G. Ballard en el prólogo de Crash (1973)*

Por iconoclasistas
iconoclasistas.net / iconoclasistas@gmail.com

1. La alienación es un concepto útil para intentar explicar por qué aceptamos sin cuestionar nuestra participación en un tipo de sociedad que en sus estructuras más básicas es hondamente desigual e injusta. Estar alienados implica no sólo ser tomados como objetos intercambiables en un proyecto de vida ideado en beneficio de otros. También describe nuestro modo de reaccionar ante las exigencias de un mundo que nos encuentra concentrados en nosotros mismos, caminando rápido para llegar primero, inalterables frente a las necesidades ajenas y sólo animados por la necesidad de calmar la voracidad consumista.

2. La ciudad se modela de acuerdo al orden hegemónico del neoliberalismo. Vivir en ella implica sumergirse en un sistema de interpretación del mundo que nos propone modos de vida regidos por el predominio del capital sobre todas las áreas de la existencia. La forma rápida de estar incluidos nos viene dada prioritariamente por el consumo, el cual nos permite compartir con otros un mismo "estilo de vida" ideado por el marketing y la publicidad, y difundido por la televisión, radios, revistas o diarios.

3. A partir de la expansión y renovación continua de necesidades ficticias, se consolida la sociedad de consumo. La producción va variando mediante investigaciones de mercado y consultoras de marketing que construyen nichos de consumo (targets). La publicidad acompaña esta operatoria a partir de la construcción de mundos atractivos que ofrecen nuevas "sensaciones" para satisfacer deseos con productos que prometen hacernos "libres", "veloces", "atractivos", "inteligentes", etc.

4. La publicidad construye una opinión sobre el mundo, sobre uno mismo y sobre los demás, incitando a participar de una forma de vida que nos permita diferenciarnos socialmente, en la forma de vestir, de comer, de hablar, etc. A la vez que moldea deseos y gustos, muchas veces manipulando la imagen de la mujer como objeto de seducción, oculta la explotación y alienación laboral en la producción. Su principal objetivo es inducir al consumo para ampliar el mercado de grandes empresas y colocar la mayor cantidad de productos en distintas partes del mundo con el fin de incrementar su margen de ganancia.

5. El manejo de las imágenes es uno de los instrumentos más poderosos y efectivos que utiliza el poder (económico, político y cultural) para conseguir una adhesión al pensamiento dominante. El papel de la publicidad es esencial porque construye espacios de representación en los cuales no sólo difunde una imagen amable del consumo y un prototipo del ciudadano-consumidor exitoso, sino que también naturaliza la dinámica competitiva del capitalismo, estimulándonos a adquirir productos que nos distingan de aquellos que no tienen la posibilidad de consumir.

6. Las principales vías de difusión de la publicidad son los medios masivos de comunicación.

Estos buscan generar un excedente a partir de la producción y difusión de una maquinaria de imágenes, significaciones, visiones sobre el mundo y relatos sobre la realidad, que tienen como horizonte más próximo la satisfacción de intereses económicos y/o políticos. Los conglomerados mediáticos —con emisoras de radio, canales de televisión y cable, internet, etc.— tienden a homogeneizar la información que distribuyen instituyendo una creciente influencia sobre la conformación de la opinión pública.

7. Los sistemas de representación mercantilistas ideados por el marketing nos ubican en estructuras que promueven sentidos legitimados desde el poder como los correctos y triunfantes para vivir en el mundo. El objetivo es regular la libertad individual a partir de la imposición sutil de formas de ser, de actuar, de pensar y de transitar por los paisajes urbanos. Para continuar siendo parte, entramos en un movimiento de producción y consumo ilimitados en donde la técnica alienta el anonimato, permitiendo y facilitando el control por parte de las tecnologías institucionales.

8. El dominio del capital se extiende a todos los ámbitos de la vida alterando y formateando la identidad social. La subjetividad es mutilada y queda recluida en las planillas de las consultoras que mediante encuestas nos clasifican y ordenan de acuerdo a una serie de parámetros (ingresos, zona de residencia, tipo de vivienda, posesión de automóvil, tipo de trabajo, etc.), con miras a evaluarnos como potenciales clientes de algún producto "novedoso" pronto a salir al mercado.

9. Una de las formas de mantener el recambio de productos, objetos y servicios es la variación de ofertas a partir de los cambios en la moda. Ella custodia los mecanismos de aceleración del tiempo de rotación en la producción y las aceleraciones paralelas en el intercambio y el consumo. El mejoramiento en los dispositivos de comunicación y de información, la racionalización en las técnicas de distribución —que permiten aumentar la velocidad en la circulación de mercancías a través del sistema de mercado— y las operaciones de banca electrónica y dinero plástico que aceleran el flujo inverso de dinero facilitan estos movimientos.

10. Formamos parte de un orden hegemónico cuyo fin es extraer ganancia para que otros se apropien de ella. Esto implica vivir bajo una coacción gestionada mediante la amenaza constante de descarte o reemplazo. Obligados a hacer malabares para acomodarnos lo mejor posible en el estrecho sistema de inclusión, nuestra participación se orienta sólo en una determinada vía, lo cual nos empuja a un laberinto del cual es muy difícil encontrar la salida.

11. La fuerza de trabajo es una mercancía más que se compra y se vende en el mercado. Las formas laborales que dominan en la actualidad están marcadas por la precariedad expresada en las diferentes modalidades de contratación a corto plazo, el trabajo en negro, los bajos sueldos y la explotación. Esta situación provoca un brutal aumento de la desigualdad que arrastra a sectores medios y aplasta aún más a sectores históricamente desfavorecidos, ocasionando el surgimiento y la consolidación de marginación y desempleo.

12. En nuestra ciudad el espacio público, lugar donde se organiza la experiencia colectiva, está vallado, amenazado, mercantilizado. De la misma manera que el reloj lleva la cuenta del paso de las horas, minutos y segundos, sincronizando la duración de nuestras acciones y sometiéndonos a la disciplina y al cumplimiento de metas y objetivos en un tiempo racionado, el orden dominante determina las formas en las cuales el cuerpo se hace presente, reprimiendo aquellas que alteren la visión hegemónica mediante el uso de violencia física y simbólica.

13. Los Estados actuales solo quieren ciudadanos-consumidores en la calle y por este motivo se regula el tránsito por el espacio público castigando la permanencia y la apropiación.
El temor al afuera nos lleva a aislarnos y a buscar la matriz protectora de nuestro hogar. Allí

somos víctimas fáciles de las representaciones e ideologías de los medios masivos de comunicación, que difunden y refuerzan la imposición de una subjetividad de mercado.

14. Los flujos de producción y consumo se aceleran e incrementan los desperdicios. Aquellos que pueden acceder a estos mundos de promesas siempre incumplidas se erigen en los grandes defensores del orden, demandando la protección de sus bienes y tomando —muchas veces— la defensa en sus manos.

15. La reclusión en el hogar se justifica y alienta a partir de la llamada "ideología de la inseguridad", difundida y amplificada por los medios de comunicación, que informan sobre casos de violencia urbana reforzando la retracción y el encierro. La calle se rehúye como espacio peligroso, de amenaza constante, actitud que marcha paralela al incremento de cerraduras, rejas, alambres de púa, circuitos cerrados de vigilancia y seguridad privada.

16. La exigencia de "mano dura" agudiza la prohibición de manifestarse en espacios públicos y refuerza la política de criminalización de la protesta. La intención del poder estatal de restringir la ocupación y el uso no disciplinado de espacios públicos se manifiesta en la prohibición de cortar las calles con amenaza de represión directa y sanción. También se hace patente en el enrejado de las plazas públicas, acompañado de desalojos de los puestos de venta ambulante y de la gente que allí duerme; en la inhabilitación de espacios para recitales y actividades orientadas hacia los jóvenes; y en el crecimiento especulativo de la construcción que provoca el desalojo de espacios recuperados con fines sociales y políticos.

17. El desplazamiento a través de la metrópolis condiciona nuestros sentidos. Sobreestimula la vista y el oído —obligados a permanecer atentos a los cambios, las interrupciones, las amenazas de vehículos, transeúntes y escollos varios— y atrofia nuestro gusto y olfato por la obscena oferta de productos innecesarios. También ejerce una influencia sobre nuestro modo de ser volviéndonos individualistas, egoístas, violentos, interesados, adictos al trabajo y a la adquisición de una cantidad cada vez mayor de objetos.

18. La geometría urbana impone una dirección al uso del cuerpo y del espacio. Orienta la circulación para evitar el derroche de tiempo y encauzar nuestras actividades a fin de alimentar la lógica de acumulación capitalista o, por lo menos, de no interrumpirla. La tecnología coopera reforzando el control cuando, por ejemplo, nos desplazamos llevando un celular y la señal del aparato es captada por las diferentes antenas, resultando muy simple ubicar espacial y temporalmente a cualquier sujeto.

19. Cada vez son más las muletas que necesitamos para poder vivir "plenamente", o tan plenamente como nos lo vende el mercado. Nos convertimos en seres híbridos mitad humanos-mitad máquinas, amparados por objetos que nos auxilian a la hora de llevar adelante las exigencias sociales. Estamos siempre disponibles si tenemos un celular, siempre entretenidos con nuestro i-pod, siempre alienados y más pendientes del mensajito de texto que acabamos de recibir que de lo que pasa alrededor. Nuestro contacto con la realidad se media aún más a partir de toda la tecnología con la cual intentamos lidiar el vacío existencial.

20. El uso adictivo de las nuevas tecnologías refuerza el modo de ser engendrado por el capitalismo: la inhumanidad del no contacto, el utilitarismo, la falsa percepción de la realidad y el culto al individualismo. Como grotescas extensiones de nuestro ego, mostrarían al mundo nuestro "éxito" material y nos proporcionarían la posibilidad de dar un paso más hacia la felicidad de mercado.

21. En este trágico intento por evitar un contacto humano no deseado hay un fiel cómplice para quienes pueden pagar por su compañía: el automóvil. Con la misma lógica que el sistema impone a un individuo el continuo movimiento el auto nos traslada de un sitio a otro. Y en estos recorridos los automovilistas son víctimas fáciles del embotellamiento del tráfico, los

choques y amenazas, que tornan este "privilegio" en una condena de disputas constantes, violencia y agresión.

22. El tránsito por las vías de circulación de la ciudad es lento y trasladarse de un lugar a otro se convierte en una odisea, exacerbada por la gran cantidad de vehículos públicos y privados que se desparraman por doquier. Estos medios de transporte producen una gran demanda de combustible que potencia la crisis energética del país y agrava la contaminación derivada de las emisiones de gases de efecto invernadero y el calentamiento global.

23. Vivir en la ciudad nos expone a exigencias sociales que promueven el desarrollo de enfermedades afines: stress, ataques de pánico, ansiedad, transtornos mentales, dificultades cardíacas, problemas de peso, etc. Las anestesiantes invenciones de la industria farmacéutica nos ofrecen un alivio momentáneo a nuestro malestar. Son fundamentalmente los psicofármacos (antisicóticos, ansiolíticos, antidepresivos) los que nos proveen de la conformidad para aceptar todas nuestras desdichas, frustraciones, preocupaciones y seguir adelante sin chistar.

24. El malestar rumiado durante la semana intenta mitigarse los fines de semana, cuando acudimos ávidos de relax y satisfacción al paraíso del consumidor fanático: los shopping. Estos monumentales escaparates de paseo, consumo y falta de la libertad se brindan como espacios públicos custodiados y con condiciones ideales para la compra. También invitan a una edulcorada diversión a cargo de los productos de la industria cultural con juegos infantiles pagos, complejos de multicines pochocleros y el patio de comidas rápidas y caloríferas.

25. La ciudad capitalista se sostiene sobre procesos de circulación de capital, flujos de consumo, mercancías y cuerpos; y resulta necesario conocerla para poder establecer grietas en su estructura; develarla no sólo en lo concerniente a su planificación sino también en la influencia de intereses económicos y políticos de empresas, sectores financieros y estatales; exponer la forma en la cual obedecemos a un standard que beneficia a pocos para dejar de aceptar con resignación un escenario que produce mayoritariamente exclusión, pobreza y desigualdad.

26. Una gran parte de la población se ve privada no sólo del consumo sino básicamente de la satisfacción de sus derechos más elementales (trabajo, vivienda, salud y educación). Vivimos en una sociedad donde la naturalización de la injusticia y la pobreza refuerzan el no cuestionamiento de los mecanismos que las producen. Esto permite la generación de políticas sociales y económicas que aumentan la desigualdad y mantienen a una gran cantidad sobreviviendo de una sociedad del desecho.

27. Los pobres son quienes más padecen la contaminación generada por los desperdicios de una producción sin controles y la subsiguiente generación de basura. Ellos viven cerca o sobre los basurales. Están lejos de poder comprar agua envasada, que necesitan por la ausencia de redes de agua potable o la contaminación de las napas. Sufren la podredumbre atmosférica provocada por los gases emanados en la descomposición de los residuos, y están amenazados por las enfermedades que transmiten los animales atraídos por la basura.

28. A pesar de toda la evidencia en contra se pretende invisibilizar la pobreza. La mayoría se habitúa a su existencia ("pobres siempre hubo"); otros ensayan estrategias asistencialistas; y los menos se encierran en *countries* y barrios privados construidos como fortalezas, protegidos del exterior mediante muros de gran altura con puestos de vigilancia y sistemas permanentes de custodia a cargo de agencias privadas. Las mejoras en los centros urbanos degradados muchas veces terminan con la expulsión de sus habitantes cuando se vislumbra la posibilidad de reestructurar esas zonas precarias con fines residenciales y comerciales para personas de altos ingresos (gentrificación).

29. Ya nadie se cree la mentira de que el crecimiento de unos producirá un “derrame” de la riqueza para todos, ni la farsa de que “no trabajan porque no quieren”. No toleraremos la imposición de “ganarnos la vida”. ¿Ganársela a quién? Esto no debería ser una competencia, ni una disputa en la cual hay ganadores y perdedores, pero el poder dominante así la plantea.

30. No pretendemos generar una visión paranoica de la ciudad que nos ponga en el lugar de víctimas, sino que apuntamos a relevarla como un espacio de interacción de sujetos, vínculos y contradicciones a partir de los cuales es posible abrir espacios desde donde crear y resistir. Por eso proponemos una reflexión articulada y una comprensión que destape la letrina de producción, circulación, consumo y desecho, y nos brinde un conocimiento crítico que nos permita accionar.